

Nordicom-Information 37 (2015) 2, pp. 41-55

Verdien av en kvinnes stemme

Om kjønn, makt og endring i norsk nyhetsproduksjon

Turid Øvrebø

Abstract

Norske nyhetsredaksjoner har en lavere andel kvinnelige medarbeidere enn svenske og finske. Blant reportene utgjør kvinner en drøy tredel og knappe en av fem redaksjonelle ledere (redaktører) er en kvinne. Enkelte nyhetsbedrifter skiller seg likevel ut ved å ha en kjønnsbalansert redaksjonell organisasjon, eksempelvis avisa Dagsavisen og Norges største nyhetsbedrift, NRK, hvor halvparten av journalistene er kvinner.

Studier av NRK/Dagsrevyen og Dagsavisen viser likevel at menn og kvinner, gis en svært ulik posisjon og rolle også i deres nyhetsprodukter: «Nyhetsverdien» av en kvinnes stemme er gjennomgående mer enn halvert sammenliknet med menns. Mer enn to av tre nyhetskilder er menn. I tillegg posisjoneres menn i nyhetsfortellingene som bærere av autoritet og objektiv kunnskap, mens kvinner ofte deltar i nyhetene som bærere av subjektiv erfaring og opplevelse.

Keywords: kjønn, kjønnskonstruksjoner, nyhetsprodukter, nyhetsmedier, redaksjonelle organisasjoner, likestilling

Introduktion

I 2013 var det 100 år siden kvinner i Norge ble tilkjent *en offentlig stemme* på lik linje og med lik verdi som menn. Kjønn ble nøytralisert og (i prinsippet) uten betydning. En stemme var en stemme. Men under stemmerettsjubileet ble kvinners aktuelle stemme innenfor rammen av nyhetsmedienes *offentlige samtale* i liten grad tematisert.

Også i Norge har vi en erkjennelse av at historisk og kulturelt har kvinners og menns stemme, talerett og talerom, vært ulik. Vi vet at de menneskene som besitter kjønnnet “mann”, har hatt sin særegne (men tilsynelatende individualiserte) sertifisering: “The right to speech”, en kraftfull og dominerende (maskulin) talerett på et torg, i en forsamling, i en avis eller på en tv-sending (Järvinen 1999, Bourdieu 2001). Denne artikkelen har som mål å belyse kjønn i nyhetsproduksjon og hvordan norske nyhetsmedier i dag strukturerer, balanserer, praktiserer og skaper kjønn (og makt). Først et selektivt historisk blikk: 1953: Fire tiår etter at kvinners stemmer i Norge ble tilkjent lik verdi som menns ved valg, fikk Mosse Jørgensen, som den første norske kvinnejournalist, tillit til å målbære *nyheter* i NRK/radio. Hennes spesifikke kvinnestemme ble da vurdert “kvalifisert” til nyhetsformidling i Norges mest autoritative nyhetsinstitusjon (Aam 2012).

I artikkelen analyseres hvordan (nyhets)verdi av kvinner og menn (deres nærvær og stemme) formes i norske nyhetsprodukter generelt og i enkelte spesifikke redaksjonelle produkter som NRK/Dagsrevyen og Dagsavisen. Samtidig vises det at to relativt kjønnsbalanserte og likestilte redaksjonelle organisasjoner leverer nyhetsprodukter som konstruerer store forskjeller mellom menns og kvinners kompetanse og verdi.

Nyhetsproduksjon, kjønn og endring

Kjønn kan forstås som *noe fast* og *noe flyktig*. Det faste er forankret i kroppen, de fleste av oss er født med et bestemt kjønn. På den andre siden er kjønn tvetydig og gis skiftende meningsinnhold i samfunn så vel som nære, personlige relasjoner. Den norske kjønnsforskeren Hanne Haavind understreker at kjønn ikke dreier seg om to forskjellige fenomener (det vil si 'mannlig' eller 'kvinnelig'), men om en spesiell form for regulering av forholdet mellom fenomener, og den forbindelsen er regulert av makt og splittelse fordi relasjonen ikke er helt symmetrisk. Hun fremhever at kjønn ikke er en forskjell mellom kvinner og menn som en forsker kan kartlegge og presentere som kunnskap. Forskjeller mellom kvinner og menn er derimot selve *kjønnskoden*:

Alternativet er å studere koden og gjøre den til et analytisk redskap for å forstå endringsprosesser i kulturen og utviklingen for den enkelte person i hva slags betydninger kjønn kan få og hvilke fenomener som antar kjønnsbundne betydninger. (Haavind 2000, s. 213)

Hva kjønn skal bety, er stadig oppe til løpende forhandlinger samtidig som vi også reproducerer kjønn gjennom sosiale rutiner. De skiftende og til dels flytende betydningene av kjønn, innebærer også at enkle reproduksjoner av kjønnskoden kan bli avvist, mens bruddene på den og nye kombinasjoner av den kan vinne anerkjennelse.

I denne artikkelen presenteres ny, aktuell statistisk kartlegging som på ulike måter synliggjør sentrale strukturelle 'kjønnskoder', dvs. relasjoner mellom kvinner og menn, både i norske nyhetsproduserende organisasjoner og i deres nyhetsprodukter. I denne kartleggingen blir nyhetsprodusentene og nyhetsfeltet skilt ut fra annen journalistisk produksjon, i den forstand at redaksjonelle medarbeidere i fag- og ukepresse, pensjonister og frilansere er holdt utenfor. For å få et *representativt* bilde av kjønn- og maktkonstellasjoner i selve *nyhetsinstitusjonen*, baserer de utarbeidete statistiske dataene seg på:

- a. Norsk Journalistlags registreringer av medlemmenes kjønn, hentet fra deres lønnsstatistikk (2012). I materialet inngår reportere/journalister som da aktivt jobber i de tre store nyhetskonsernene Amedia, Schibsted og Polaris, pluss i nyhetsbedriftene Dagens Næringsliv, Dagbladet, Dagsavisen og Vårt Land og de to store kringkasterne, NRK og TV2.
- b. Norsk Redaktørforenings egen medlemsoversikt over kvinner og menn som har redaktørposisjoner i norske nyhetsbedrifter i 2012. Redaktører i fag- og ukepresse er holdt utenfor. Alle andre små og store nyhetsproduserende bedrifter er inkludert.

For å belyse hvordan kjønn blir strukturert i norske nyhetsprodukter, henter denne artikkelen fram funn fra undersøkelsen *Nyheter i konkurranse. En dekonstruksjon av 558 nyheter i avis, på nett og tv* (Øvrebø 2012 og Øvrebø 2010). Her er nyheter fra ni papiraviser, fra NRK/Dagsrevyen og TV2-nyhetene og fra tre nettaviser systematisk

utvalgt og analysert. I denne dekonstruksjonen av ulike nyhetsfortellinger inngår også en kartlegging av reportenes kjønn og de opptredende kildenes kjønn.

De kjønnede mønstrene i norsk nyhetsproduksjon og deres produkter som blir synliggjort i denne tredelte strukturelle analysen, har sine åpenbare begrensninger: Empiriske funn taler for at det også er til dels særegne 'kjønnskoder' i de ulike norske redaksjonsrommene og i deres nyhetsprodukter, en ulikhet som i seg selv er viktig å studere og forstå.

Djerf-Pierre og Löfgren-Nilsson fremhever i sin forskning på kjønn og nyhetsmedier denne ulikheten. De påpeker at kvinners og menns posisjoner i nyhetsproduksjonen blir formet i skjæringspunktet mellom tre samvirkende faktorer: 1) Ytre forhold som sosiale, økonomiske, politiske og kulturelle krefter i det eksisterende kjønnssystemet i ulike samfunn til ulike tider. 2) Kjønn- og maktrelasjoner i den særegne journalistkulturen innenfor ulike, spesifikke nyhetsorganisasjoner. 3) Enkeltpersoner og/eller nyhetsorganisasjoner som kan ha aktive strategier for å endre og/eller reproducere de eksisterende makt- og kjønnsstrukturene i journalistikken (Djerf Pierre og Löfgren-Nilsson 2004). De understreker også at:

(..) there is a problem with describing the changes of news genre in terms of feminization, when there is evidence that – as the Swedish case substantiates – different gender orders and journalist cultures produce and support different femininities and masculinities in different newsrooms at different times (Djerf-Pierre & Löfgren-Nilsson 2004, s. 20)

For nettopp å belyse viktige nyanser og ulikheter og for å motvirke enkle slutninger knyttet til aktuelle, strukturelle konstruksjoner av kjønn i den norske nyhetsinstitusjonen, vil jeg derfor i denne artikkelen også trekke fram særegne studier av ulike kjønnsdimensjoner i NRK/Dagsrevyen (Øvrebo 2013b), i Dagsavisen (Øvrebo 2005) samt delstudien som ble gjort i mediehuset VG, i tilknytning til *The Global Report on the Status of Women in News Media* (Byerly 2011). La meg begynne med Norges desidert største nyhetsbedrift, lisensfinansierte Norsk Rikskringkasting (NRK) og deres Dagsrevy.¹

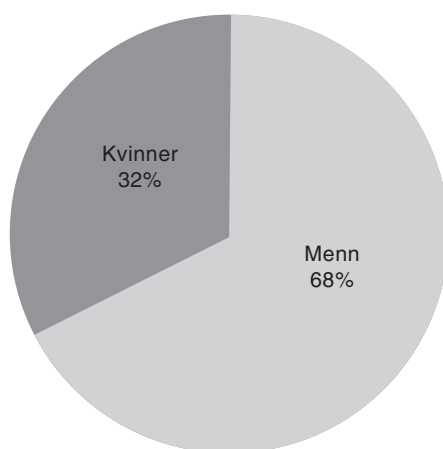
Kjønn i NRK/Dagsrevyen 2013

Hver dag kl. 19.00 ledes seerne gjennom sendingen av et ankerpar, en kvinne og en mann, som er relativt like i alder og erfaring. Programlederparet i Dagsrevyen 2013 ser noe annerledes ut enn for ti år siden da en yngre, kvikk kvinne ble paret med en i snitt 10 år eldre mann med autoritet og 'tyngde' (Pedersen 1999, Øvrebo 2005). Kjønnskoden er slik sett endret og ankerparet signaliserer likestilling av menns og kvinners autoritet og kompetanse.

Om vi studerer de opptredende kildene i Dagsrevyens hovedsending (intervjuobjekter i studio eller i de ulike nyhetsinnslagene), finner vi derimot en sterk kjønnsubalanse (se figur 1). Som deltaker i NRKs tv-nyheter er menn det attraktive kjønn.

I alt ble 214 ulike mennesker invitert inn og fikk sin 'talerett' i Dagsrevyens hovedsending, (Nyhets)verdien av kvinner stemme og nærvær er halvert sammenliknet med menns. Sammenliknet med Dagsrevyen fire år tidligere, er kvinners deltakelse økt fra 28 til 32 prosent.

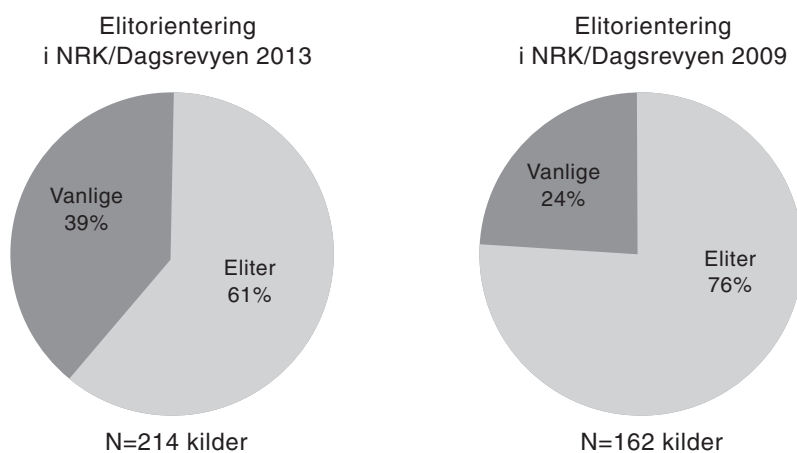
Figur 1. Kvinner og menn som deltar i NRK/Dagsrevyen 2013



Note: Dagsrevyens endrede format i 2010 har åpnet opp for at langt flere mennesker inkluderes i nyhetsfortellingene og/eller som intervjuobjekter i studio. Andelen kvinner blant de opptredende kildene endret seg fra 28 % i 2009 til 32 % i 2013.

Popularisering: For fem år siden fikk Dagsrevyen utvidet sendetid og en fornyet struktur (beskrevet i NRKs 'Kokebok' 2010/2013). Den moderniserte Dagsrevyen innbar blant annet at langt flere mennesker blir inkludert i sendingene, både som intervjuobjekter i studio og i de ulike nyhetsfortellingene. Utvidelsen innebar at 'folk flest', deres opplevelser og meninger fikk mer plass², men uten at det tallmessig gikk på bekostning av elite/makt/ekspert-personers deltakelse. Likevel var gruppen 'vanlige folk' som (i kraft av sine egne, subjektive erfaringer) deltok i Dagsrevyens nyheter, økt fra en firedel til nesten 40 % av alle kildene (se Figur 2a og 2b):

Figur 2a og 2b. Elitorientering i NRK/Dagsrevyen 2013 og 2009



Note: Popularisering/demokratisering: NRK/Dagsrevyen har ryddet plass til langt flere såkalt vanlige folk, de som i nyhetsfortellingene taler på vegne av seg selv, sine egne opplevelser og erfaringer.

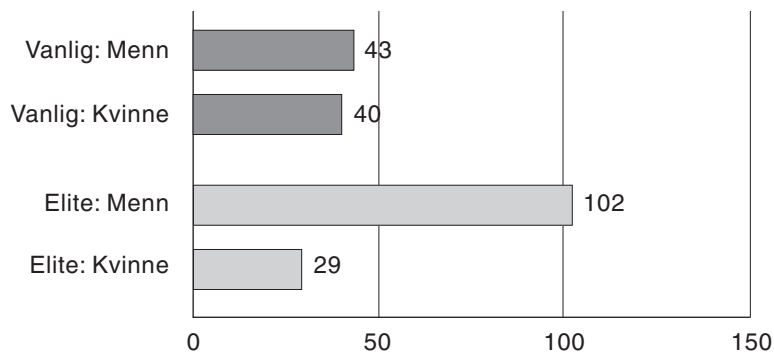
Mønsteret i Dagsrevyen 2013 er at nyhetssendingen både er blitt mer populistisk/demokratisk (i den forstand at langt flere vanlige folk blir inkludert i nyhetsfortellingene) og i tillegg at kvinner er blitt litt mer attraktive som deltakere i nyhetene.³

Kvinnerns erfaring/menns kunnskap: Om vi går litt dypere til verks, finner vi et tydelig kjønnet mønster i Dagsrevyen 2013: Kvinner og menn deltar i nyhetene med svært ulik autoritet og kompetanse. Allerede i 2005 påpekte NRKs analyseavdeling:

Andelen kvinner var høyest blant kildene som hadde en passiv funksjon i innslaget, det vil si at de opptrådte oftere som privatpersoner som var berørte av en sak enn som initiativtakere og eksperter (Thoresen 2012, s.3).

Hvis vi spør *hvilken type kompetanse* som ble verdsatt hos menn og kvinner i Dagsrevyens nyheter i 2013, blir et kjønnet mønster tydelig (se Figur 3)

Figur 3. *Eliter og Vanlige kilder i NRK/Dagsrevyen 2013*



Note: I Dagsrevyen 2013 er menn først og fremst bærere av ekspertise, kompetanse og eventuell makt. Bare en av fem elitekilder er kvinner.⁴

Det strukturelle mønsteret i Dagsrevyen 2013 gjør menn til bærere av kunnskap/kompetanse og eventuelt makt (i alt 102 'Elitemenn'), samtidig som kvinner er mest attraktive i kraft av egen (subjektiv) erfaring (i alt 40 'Vanlige kvinner').

For hver 'Vanlige kvinne' vi møter, møter vi 0,7 'Elitekvinne'. Blant mennene som blir invitert inn i nyhetene/nyhetssendingene, er forholdet omvendt. For hver vanlige mann vi møter, møter vi 2,4 menn fra elitene.

Om vi går elitegruppen nærmere i sømmene, finner vi at 19 av de 131 elitepersonene, som får delta i Dagsrevyen denne konstruerte 2013-uka, kommer fra regjering og Storting. I den politiske makteliten var kjønnsbalansen langt bedre (42 % kvinner og 58 % menn), og slik sett muligens egnet til å speile at tre av sju politiske partier i det året hadde en kvinne som leder og at halvparten av regjeringens statsråder var kvinner. Men Dagsrevyens relativt gode kjønnsbalanse blant 'de utvalgte' fra det politiske ledersjiktet, forsterker også ubalansen i elitegruppa som helhet: Nærmere fem av seks elite/ekspertkilder i Dagsrevyen er menn, om en ser bort fra den politiske eliten. I 2013 finner vi slik en tydelig forsterking av kjønnsdikotomien Elitemann/Vanlig kvinne sammenliknet med fire år tidligere, da en av fire elitepersoner var en kvinne (Øvrebo 2013b).

Likestilling som ramme: De redaksjonelle rammene som er tilrettelagt for selve programmet, Dagsrevyen kl. 19.00, er karakterisert av en nøytralisering av 'kjønn' som verdi. Nyhetsankerne er et kjønnet par, en kvinne og en mann, med noenlunde lik alder,

erfaring og kompetanse. I tillegg var 43 % av reporterne kvinner i 2013, og kvinner og menn rapporterte fra alle de ulike samfunnsfeltene. I selve redaksjonen har også kvinner mer en 40 % av de ulike lederstillingene (Øvrebø 2013b).

Sportsnyhetene: De siste fire minuttene av Dagsrevyens hovedsending er sportsnyhetene. Denne sendingens siste del er ikke inkludert i undersøkelsen. Her møter seerne en ny anker fra NRK/sporten. *Hun* (tre av fire er en kvinne) loser oss gjennom dagens sportsnyheter, og skal muligens veie opp for det faktum at fire av fem opptredende kilder i sportsnyhetene er menn. Det viste en kartlegging av NRKs sportsnyheter fra 2010 (Glomnes 2010).

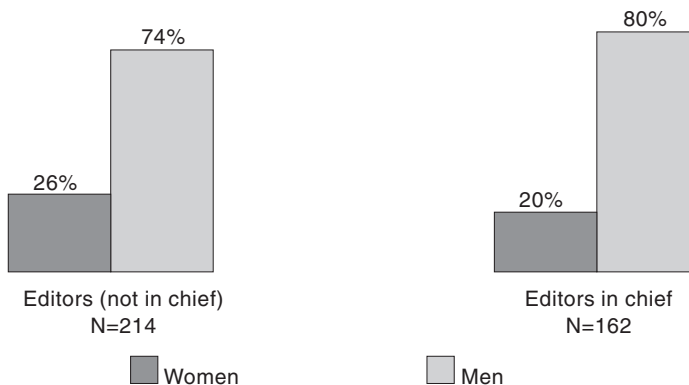
Denne aktuelle studien av kjønn i NRK/Dagsrevyen 2013 er et eksempel på hvordan kjønn struktureres og produseres innenfor rammen av en spesifikk, norsk nyhetsredaksjon med sin særegne rolle og posisjon i samfunnet.

Kjønn og makt i norske nyhetsredaksjoner

Nesten alle redaktører i norske nyhetsmedier er organisert i Norsk Redaktørforening. I hundreåret 1900-2000 var tittelen “sjefredaktør” i norske nyhetsmedier eid av menn. Ved tusenårsskiftet var det 10 kvinner blant 143 mannlige sjefredaktører i norske aviser og ingen i radio og tv. De få kvinnene representerte en enda mindre andel av avisenes opplag (sirkulasjon), bare 4 prosent (Eide, M. 2000: 290). Et mulig vendepunkt kom i 2001, da Hilde Haugsgjerd overtok som sjefredaktør i Dagsavisen, en avis som var relativt liten i opplag, men som nøt en posisjon som av landets ‘viktige’ aviser, ikke minst på grunn av sine nære historiske (og aktuelle) bånd til mektige samfunnsaktører som fagbevegelsen og Arbeiderpartiet (Øvrebø 2005). Det kan se ut til at en kjønnsbarriere var brutt, og i 2009 hadde tre av landets fem største aviser/mediehus en kvinne som sjefredaktør: Anne Aasheim i Dagbladet (2006-2010), Trine Eilertsen i Bergens Tidende (2008-2012) og Hilde Haugsgjerd i Norges største avis, Aftenposten (2008-2013). Samtidig kan en ikke underslå at en i dag er satt noe tilbake. De tre profilerte kvinnene har forlatt sine sjefredaktørposisjoner og blitt erstattet av menn.

I 2012 var fire av fem sjefredaktører i norske nyhetsbedrifter en mann. Blant andre redaktører er kvinneandelen 26 % (se figur 4).

Figur 4. Redaktørers kjønn i norske nyhetsbedrifter 2012



Note: Redaktører i fag- og ukepresse er utelatt, mens aviser, nettaviser og kringkastere er inkludert. Kilde: Norsk Redaktørforening (NR), Medlemsstatistikk 2012.

The Global Report on the Status of Women in News (Byerly 2011) dokumenterer en langt høyre andel kvinner blant redaksjonelle ledere (sjefredaktør + andre redaktører) i norske nyhetsbedrifter, nærmere bestemt en drøy tredel. Dataene i *The Global Report* er basert på kun sju norske nyhetsbedrifter (fem avis/nett og to tv/radio), og funnet er ikke representativt om en utvider datagrunnlaget til alle små og store nyhetsredaksjoner i Norge. Samtidig dekker Norsk Redaktørforenings data over at det mellom norske nyhetsproduserende organisasjoner kan være store forskjeller.

To eksempler, fra VG og Dagsavisen, kan illustrere hvordan kjønn og makt konstrueres ulikt i to redaksjonsrom:

Nyhetsbedriften *Verdens Gang* (Norges nest største avis/nettavis) var inkludert i *The Global Reports* undersøkelse, og her var andelen kvinnelige redaktører/ redaksjonelle ledere drøye 35 %. Blant avisas journalister/reportere var kvinneandelen lavere, dvs. drøye 30 %. Det særegne knyttet til kjønn og makt i VGs redaksjon i 2010 var at kvinneandelen blant redaksjonelle ledere rent faktisk var høyere enn blant redaksjonelle medarbeider på grunnplanet. På slutten av 1990-tallet hadde VG hatt et veldig mannstunget redaktørkollegium, med bare en kvinne blant åtte menn på topp (Østlyngen og Øvrebø 1998). Ti år senere hadde det skjedd en radikal endring med hensyn på kjønn og makt i VGs redaksjonsledelse. Hva er forklaringen? Redaksjonelle medarbeidere fremhevet selv en bevisst satsing de siste 15-20 årene: En sjefredaktør (Bernt Olufsen) som selv ville og satte seg som mål å endre kjønnsbalansen i avisas redaksjonelle ledelse og en eier (konsernet Schibsted) som fra 2000 utviklet særegne lederutviklingsprogrammer for sine kvinnelige medarbeidere er viktige elementer i denne endringen (Kilde: Delrapport om VG, grunnlagsmateriale for *The Global Report* 2011).

I *Dagsavisen* kunne redaksjonell kjønnspekt kartlegges som ganske annerledes enn i VG ved overgangen til 2000-tallet.⁵ I redaksjonen var det nærmere 50 prosent kvinner blant medarbeiderne. Fra 2001 var en kvinne sjefredaktør, og i troikaen på toppen satt det i tillegg en nyhetsredaktør (kvinne) og en politisk redaktør (mann). Blant resten av de redaksjonelle lederne derimot, var kvinneandelen bare 10 prosent, og forklaringene er flere. Blant annet fremhevet både mannlige og kvinnelige ledere hvordan *det kjønnede paret* (her: en eldre kvinnelig sjef og en yngre mannlig mellomleder) 'utfyller hverandre' og er et særlig 'godt team' i deres redaksjon: Yngre menn ble verdsatt som kvinners mellomledere fordi de var 'moderne og åpne i hodet, både i forhold til likestilling og til kvinnelig autoritet' (Øvrebø 2005:70).

Så sent som i 2006 var det 13 % kvinner blant alle medlemmene i NR, og det fikk foreningen til å initiere en kampanje for at bransjen selv skulle se, utvikle og satse på talentfulle og kompetente kvinner. Foreningen skreddersydde også en håndbok i den anledning, ironisk kalt *Slik drar du bra damer...* (Arnstad og Jensen 2006). Her presenteres også en undersøkelse gjort blant kvinnelige journalister. Respondentene beskrev sentrale hindringer for kvinners redaksjonelle lederskap; for det første at kvinners talent lett ble oversett og at de i liten grad ble oppmuntret til å søke lederposisjoner. En tredel av kvinnene påpekte også sterke uformelle nettverk mellom menn og en tendens til macho-kultur i sin egen bedrift. Kvinners ansvar for barn og familie var også en hindring som ble fremhevet (Arnstad og Jensen 2006: 29) Andelen kvinner blant alle NRs medlemmer ble mer enn fordoblet i løpet av de seks årene fra 2007-2012 (kilde: NRs medlemsstatistikk 2006 og 2012).

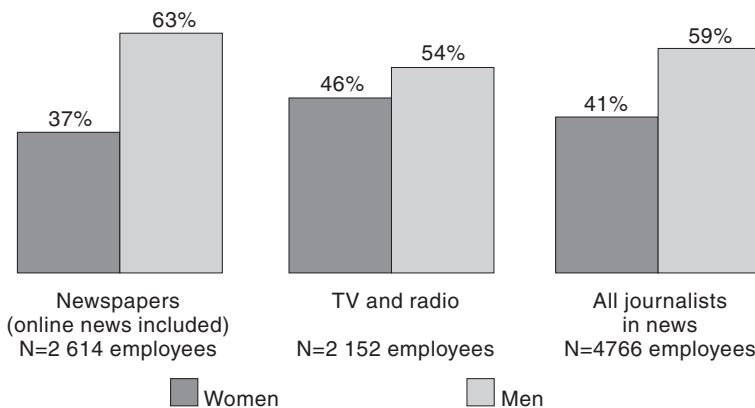
Nå er det et faktum at en heller ikke innenfor andre samfunnsfelt finner at kjønn og makt er noenlunde balansert. Slik sett kan det være legitimt å hevde at menns dominans i nyhetsinstitusjonen bare reflekterer og speiler et samfunn hvor menn har svært mye makt. Maktutredningen, konkretisert til rapporten *Menn i mellom*, dokumenterte i 2003 hvordan menns dominans varierte fra 55 til 90 % av maktposisjonene på ulike samfunnsfelt (Skjeie og Teigen 2003).

Om vi velger å se bort fra det politiske feltet hvor kvinner i Norge har oppnådd en relativt sterk posisjon, så er det også andre samfunnsfelt som gir kvinner langt mer makt og posisjon enn nyhetsbedriftene. I norske domstoler på alle nivåer finner vi i dag mer enn en tredel kvinnelige dommere. Blant de 100 best betalte lederne i Oslo kommune finner vi 43 kvinner, og i departementene mer enn 40 prosent kvinnelige ledere (kilde: Saldo 2010). Et trekk som muligens influerer på kvinners karrieremuligheter kan være at nettopp disse makt- og lederstillingene i større grad verdsetter og bygger på formell kompetanse som utdanning, mens journalistbransjen har langt sterkere “uformelle” kriterier knyttet til stilling og posisjon.

Reporternes kjønn

Det har tatt – og tar fremdeles – tid å etablere et solid rom for kvinner og deres kompetanse i norsk nyhetsproduksjon, og temaet er blitt beskrevet som “*Kvinner langsomme inntog*” (Hjeltnes 2010). *The Global Report* (Byerly 2011), basert på kartlegging av sju norske nyhetsbedrifter med i alt 1.363 redaksjonelle medarbeidere, viste at to av tre journalister/reportere i norske nyhetsredaksjoner er menn. Om vi utvider antall nyhetsredaksjoner til 112 norske avis/nettbedrifter pluss NRK og TV2, finner vi en mindre påfallende kjønnsbalanse med 41 % kvinner blant journalister og reportere (se Figur 5).

Figur 5. Journalister (kvinner og menn) som jobber i norske nyhetsbedrifter



Note: Statistikken baseres seg på Norsk Journalistlags Lønnsstatistikk 2012.

Både Figur 5 (basert på Norsk Journalistlags data) og dataene fra *The Global Report*, er egnet til å illustrere hvor store variasjoner det er mellom ulike norske mediehus. Samtidig er det viktig å understreke at andelen kvinner i norske redaksjonsrom er lav,

sammenliknet med Sverige og Finland hvor halvparten av journalistene nå er kvinner (Edström 2013, Savolainen og Zilliacus-Tikkanen 2013). Kvinneandelen i norske nyhetsbedrifter er også påfallende lav om en tar i betraktning at journalistutdanningene i Norge har levert mer enn 50 % kvinner helt siden 1980. De siste 20 årene har to av tre journaliststudenter vært kvinner (Bjørnsen et al. 2009).

Kjønn og journalistisk arbeid er fremdeles en betydningsfull variabel i norsk nyhetsindustri. Forskjellen mellom lisensfinansierte *NRK* og kommersielle *TV2* er stor. *TV2* har bare 37 % kvinner blant sine 419 medlemmer av Norsk Journalistlag, mens *NRK* har 48 % kvinner blant sine 1.733 NJ-medlemmer (kilde: NJs lønnsstatistikk 2012).

Kvinneunderskuddet i *TV2* blir ekstra påfallende når en vet at bedriften ble etablert så seint som i 1992. *TV2*s eiere og ledere hadde i prinsippet fritt valg på øverste hylle – med tanke på både kjønn, alder og journalistisk kompetanse – da de skulle bemanne sin nye redaksjon. Det kjønnede mønsteret *TV2* den gang valgte, var ikke kjønnsbalanse. Tvert i mot, *TV2* fant det den gang “passende” å ansette 2/3 mannlige journalister og 1/3 kvinner. I tillegg var de fleste av *TV2*s utvalgte kvinnejournalister under 30 år, mens deres mannlige kolleger var i alderen 30-50 år. Mønsteret “kvikk, ung kvinne og erfaren, eldre mann” er gjenkjennelig (Østlyngen & Øvrebø 1998:31). Nå har muligens de unge kvinnejournalistene i *TV2* blitt “voksne damer” og mennene og noen av de “voksne” gutta har faktisk blitt gamle menn, men andelen kvinnejournalister har økt lite, kun 4 prosent etter 20 år.

Det er den kjønnsbalanserte journalistiske staben i den store nyhetsinstitusjonen *NRK* som sørger for at den samlede kvinneandelen i norske nyhetsbedrifter er over 40 %.

I de tre store norske nyhetskonsernene varierer kvinneandelen mellom 33 % i *Polaris* og 36 % i både *Schibsted* og *Amedia*. I *Dagbladets* og *Dagens Næringslivs* redaksjoner finner vi 38 % kvinner. De langt mindre avisene *Vårt Land* og *Dagsavisen* har henholdsvis 41 % og 49 % kvinner blant sine reportere/journalister (kilde: NJs lønnsstatistikk 2012).

Nyhetsverdi og kjønn

På siste del av 1900-tallet ble underskuddet av kvinners kompetanse og makt i selve nyhetsproduksjonen vurdert som en (blant flere) sentrale forklaringer på nyhetsmedienes tradisjonelle, ubalanserte og ulikeverdige konstruksjoner av kjønn (van Zoonen 1994, Allern 2001, Eide 1990 og Eide, E. 2000). Nyere norsk og internasjonal forskning har vist at det trolig er andre faktorer som medvirker til å forbedre kvinners posisjon i nyhetsbildet.

Nyhetsproduksjon, kjønn og makt (Øvrebø 2005) er en av få studier som utforsker sammenhenger mellom kjønn i en redaksjonell nyhetsorganisasjon, pågående kulturelle forhandlinger om kjønn i redaksjonskulturen og endring av kjønn i selve nyhetsproduktet.

Det særegne ved denne studien var at den aktuelle nyhetsprodusenten (*Dagsavisen*) hadde fått sin første kvinnelige sjefredaktør i 2001. Ved sin tiltredelse proklamerte hun i tillegg en ambisjon om å bryte med “faglige standarder og tradisjoner skapt av menn”, med det mål å “henvende seg like godt og like mye til kvinner som til menn” (Haugsgjerd 2001). Innholdsanalyser av avisa viste likevel at det i løpet av de neste to årene ikke skjedde noen “feminisering” av nyhetsproduktet, dersom “endrede faglige

standarder” knyttes til en høyere deltakelse av kvinner i tekster og bilder. Kvinners stemme både var og ble marginalisert, og begrenset til en av fem blant avisens kilder.

I de redaksjonelle forhandlingene om hva kjønn og likestilling skulle bety innenfor rammen av et nyhetsprodukt, ble “mannlig” og “kvinnelig” til en viss grad knyttet til nyhetens tema med den konsekvens at dekningen av sport og kriminalitet ble noe begrenset mens forbrukerjournalistikk fikk en mer fremtredende plass (Øvrebø 2005: 113). På den annen side var ambivalensen og ubehaget rundt denne typen kjønning av nyhetenes ulike temaer både påfallende og uttalt, fordi “moderne kvinner og menn er ganske like i interesser og utfordringer” (Øvrebø 2005: 78).

Å knytte nyhetens tema, innhold og/eller form til merkelappen “mannlig”, “kvinnelig” er ikke et ukjent fenomen, heller ikke i tidligere medieforskning hvor ulike “mannlige” og “kvinnelige” dimensjoner/verdier er blitt beskrevet (Eide 1990 og Eide E: 2000). Det kan forstås som en form for essensialisering og fastlåsing av den flyktige og tvetydige siden ved kjønn, om vi velger å definere kjønn som “noe fast” og “noe flytende” (Haavind 2000, Øvrebø 2005:27).

Eksempelet Dagsavisen er interessant av flere grunner: Det siste tiåret har redaksjonen hatt en kjønnsbalansert redaksjonell stab. I selve nyhetsproduktet har likevel mannlige kilder og deres stemmer blitt foretrukket, og avisen har over tid skilt seg ut ved å inkludere svært få kvinner i sine nyhetsfortellinger, bare 20-25 % kvinnelige kilder (Øvrebø 2005 og Øvrebø 2012). Forklaringen ble knyttet til Dagsavisens særegne, sårbare posisjon på nyhetsmarkedet i konkurranse med andre osloaviser som er både større, rikere og mer synlige. Nyhetslederen beskrev redaksjonens dilemma ved valg av kilder slik:

(...) Og så møter vi det som gjør det her til en evig runddans. Og det er at når vi skal snakke med folk, de som sitter i toppstillinger eller de som har gjennomslagskraft i media. De er menn. Spørsmål nr. 1 er hvor finner vi kvinnene? Det har jeg et rimelig bevisst forhold til. Men spørsmål nr. 2 er: Skal vi ta på oss jobben å gjøre enkelte kvinner til såkalte rikssynsere? Er avisa vår tung nok til det? Det vet jeg ikke... (Øvrebø 2005:103)

På den ene siden beskrives en mulig kjønnsbalanse i redaksjonens kildeunivers som en praktisk utfordring fordi kvinnelige kilder kan være vanskelig å finne. Men muligens viktigere er en forståelse av at menns stemmer *tilfører* Dagsavisens nyheter en dimensjon som avisa trenger, nemlig autoritet og *gjennomslagskraft*. Her illustrerer han hvordan mannlige kilder tilfører nyheten en slags merverdi, en “sannhetsverdi” som er av særlig betydning i nettopp nyhetskurransen i det offentlige rom. Kvinnenes stemmer, derimot, må i langt større grad *bæres fram* av nyhetsredaksjonens egen tyngde og autoritet. Og det forstås som et vanskelig oppdrag for en relativt liten avis.

Både Dagsavisen og NRK/Dagsrevyens kan vise til en relativt kjønnsnøytral redaksjonell organisasjon, samtidig som deres kildeunivers i svært sterk grad er preget av menn fra samfunnets eliter. Det sannsynliggjør nye forklaringsmodeller og kunnskapsforslag knyttet til den tunge favoriseringen av menn/mannlige kilder i nettopp nyhetsfortellinger og nyhetsprodukter. Det kjønnede skillet mellom menn som bærere av en “objektiv sannhet” og kvinner som bærere av “subjektiv kunnskap” er ikke en ukjent sosial og kulturell konstruksjon. Toril Moi beskriver forestillingen om at kvinner bare kan være bærere av “det kvinnelige” som en sexistisk ideologi og en mytologisk fiksjon som preger oss alle. Hun utdyper ekskluderingen av kvinner slik:

I denne ideologien har kvinner eller ”det kvinnelige” ikke adgang til det universelle, altså det menneskelige, det som angår oss alle uansett hvilket kjønn vi er. Alt som assosieres med kvinner, blir derfor oppfattet som partikulært (...) (Moi 2004).

Analysen av nyhetsproduktet Dagsavisen og av Dagsrevyens nyhetssendinger i 2013 taler for at en må inkludere *det særegne* ved nyhetsproduksjon, selve nyhetens karakter (som gjør krav på å være en autoritativ, gyldig og troverdig virkelighetsbeskrivelse) om en skal forstå den relativt forsterkede mannsdominansen i nyhetsprodukter. Dersom menn (mannlige eliter) blir sosialt konstruert som langt sterkere og tyngre bærere av ”sannhet” enn kvinner, vil det også være ”naturlig” å (re)produsere en sterk mannlig dominans i nyhetsfortellingene.

Dette er også fremhevet av den britiske nyhetsforskeren Stuart Allan i hans sentrale artikkel ”Engendering the truth politics of news discourse” (Allan 1998). Også han vektlegger, på bakgrunn av sine studier av britiske nyheter, hvordan menn i nyhetene er bærere av ”kunnskap”, mens kvinner begrenses til bærere av ”erfaring”:

More specifically, the gendered basis of this hierarchical dichotomy has been shown to depend upon a separation of the knower (subject) from the known (object). This separation naturalizes to varying degrees, a series of dualisms, whereby “masculine” discourses about reality (held to be objective, rational, abstract, coherent, unitary and active) are discursively privileged over “feminine” ones (posited as subjective, irrational, emotional, partial, fragmented and passive). Implied in this dynamic is the perceptive that “feminine knowledge” is being understood as being inferior to “masculine truth”(...). It is only logical that women are to be denied the status of “objective knower” (Allan 1998:126).

Med enklere ord er selve nyhetsproduksjonen tett knyttet til det vi kan kalle ”encoding truth”. På bakgrunn av en (felles)kulturell/sosial forståelse av kjønn, begrenser det muligens redaksjonenes inkludering av kvinner i nyhetene, da ”menns stemmer” i redaksjonell praksis anses å tilføre nyhetene autoritet, sannhet og gjennomslagskraft.

Mannlig tyngde, kvinnelig ynde?

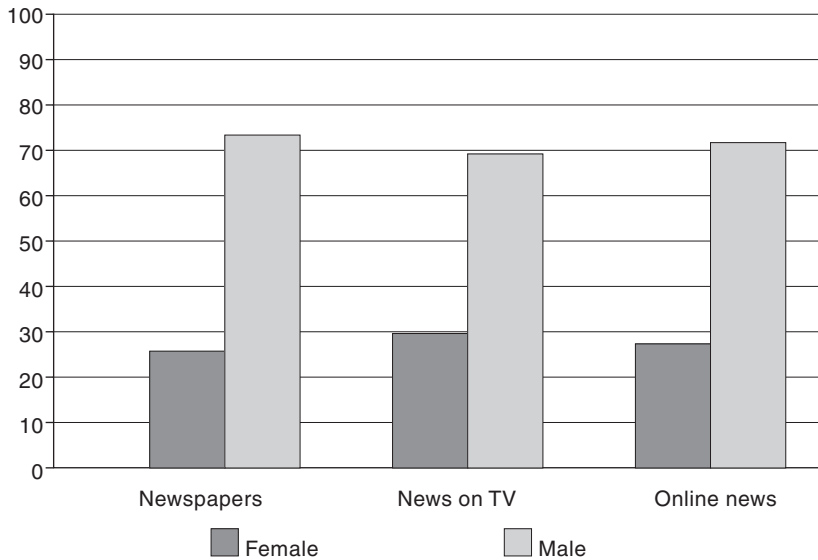
Menns og kvinners stemmer og/eller opptredende deltakelse i nyhetene, kan måles på ulike måter: I hvor stor grad kvinner er inkludert i nyhetsfortellingene, viser bare en blant flere medieaktuelle kjønnskoder. I alle nyhetsmedier går det igjen at menns stemmer veier svært tungt, til tross for ulikheter nyhetsproduktene i mellom:

Et representativt utvalg, i alt 558 nyheter formidlet på ni ulike avisers førstesider, i hovedsendingene til NRK/Dagsrevyen og TV2 nyhetene (eksklusive sportsnyheter) samt prioriterte nyheter i tre store nettaviser, viste at andelen kvinnekilder i snitt lå under 30 % (Øvrebo 2010 og Øvrebo 2012). Se figur 6:

Bak de samlede tallene for de tre nyhetsplattformene skjuler deg seg større ulikheter. I avisene varierer kvinneandelen blant kildene fra en av fem (Dagsavisen) til en av tre (Dagbladet og Vårt Land). De seks andre avisene inkluderte mellom 25-30 % kvinnelige kilder i sine nyheter (Østlendingen, Sunnmørsposten, Dagens Næringsliv, VG, Aftenposten og Bergens Tidende).

I en sammenlikning mellom TV2Nyhetene og NRK/Dagsrevyen viste det seg den gangen at kommersielle TV2 inkluderte en tredel kvinner i sine nyheter, mens NRK/

Figur 6. *Kvinner og menn som deltakende og opptredende kilder i norske nyhetsprodukter*



Note: Øvrebø 2010 og Øvrebø 2012.

Dagsrevyen i 2009 begrenset kvinners posisjon og deltakelse til 28 %. Dersom vi kobler dette med hvem som er tv-reporterne, viser det seg et motsatt mønster. Her fant vi flest kvinnereportere i NRK/Dagsrevyen, en høyere andel mannereportere i TV2nyhetene (Øvrebø 2010)

Verdien av kvinners og menns stemme i nyhetsmedienes offentlige rom er ubalansert og ulik. Som deltaker i nyhetsfortellingene er en mann gjennomgående dobbelt så attraktiv som en kvinne.

Studien av NRK/Dagsrevyen 2013 viser i tillegg at kvinner og menn deltar i nyhetene med svært ulik kompetanse og synliggjør en påfallende dominerende kjønnskonstruksjon av 'maskulin objektiv kunnskap/feminin subjektiv erfaring'. Samtidig er NRK/Dagsrevyen og Dagsavisen to nyhetsprodusenter som vektlegger sitt eget samfunnsoppdrag, innflytelse på dagsorden, og det i seg selv kan se ut til å forsterke en favorisering av 'mannlig tyngde'. Kvinners relativt likestilte posisjon og makt i de to redaksjonelle organisasjonene, har i seg selv ikke bidratt til å svekke (elite)menns suverene posisjon som bærere av nyhetenes autoritet og gjennomslagskraft i deres nyhetsprodukter.

Samtidig er det helt sentralt å holde fast ved at andre nyhetsprodukter, som eksempelvis Dagens Næringsliv og Aftenposten, løssalgsavisa Dagbladet eller kommersielle TV2, kan vise andre typer kjønnte mønstre i menns og kvinners deltakelse og rolle i nyhetsfortellingene, knyttet til deres *særegne posisjon og rolle* på et nyhetsmarked i konkurranse.

Som et apropos kan jeg bare vise til en ikke utypisk⁶ førsteside i Dagbladet fra 28.10.2014 (se faksimile). Her møter vi en annen kjønnskode: Forside-piken fra 1960-tallet er kommet tilbake, som blikkfang til 'news- you-can-use'. Dagens forside-pike er i tillegg blitt både blitt navnløs og uten en egen stemme. Hun er omkranset av to kjente næringslivstopper i konflikt og hele Norges Petter Northug.

NÅ ER KOMPISENE I BITTER STRID

PETTER STORDALEN

CHRISTIAN RINGNES

KNUSER ERNA Stor, Støre, størst!
SIDE 8 OG 9

PETTER NORTHUG

Hisser opp svenskene, IGJEN

SPORTEN

ASTMA

KREFT

KOLS

HØRSEL

Dagbladet

Tirsdag 28. oktober 2014 Nr. 263 Uke 44. 146. årgang. Løssalg kr 25,00

JOBB-ALARM DERFOR RAMMES DU

SIDE 14 OG 15

Noter

1. Studien er basert på deltakende observasjon i NRK/Dagsrevyens redaksjon mars-juni 2013. Innenfor disse månedene ble sju ulike ukedager tilfeldig valgt ut for observasjon og en 'syntetisk' uke ble konstruert. Hovedsendingene i den konstruerte uka ble også analysert, og kjønn var en blant flere ulike variabler. Innholdsanalysen av Dagsrevyen 2013 ble også sammenliknet med en tilsvarende analyse av Dagsrevyens sendinger en konstruert uke august-november 2009 (Øvrebo 2013b).
2. I denne undersøkelsen er ikke intervjuobjektens taletid målt. Eksempelvis kan en sint bruker av mobiltelefon få langt mindre taletid enn sjefen for Telenor, når nyheten er at mobilnettet har brutt sammen over halve Norge.
3. Andelen kvinnelige kilder i Dagsrevyen endret seg fra 28 % i 2009 til 32 % i 2013. Popularisering/ending: For 6 år siden deltok 162 personer i Dagsrevyens hovedsending i løpet av en konstruert nyhetsuke, mot 214 opptredende kilder i 2013. Mens 76 % av kildene var fra gruppen makt/elite/ekspert i 2009, var denne elitegruppa begrenset til 61 % av deltakerne i Dagsrevyen 2013 (Øvrebo 2013b).
4. Kategoriene 'elite' og 'vanlige folk' bygger på et tilsvarende skille som gjøres av Hjarvard (1999) og Edström (2006) i deres studier av bl.a. tv-nyheter. Edström opererer med to ulike elitegrupper, Idolelite

og Maktelite. Idol (eller kjendis)eliten er også inkludert i Dagsrevyens elitegruppe, selv om de svært ofte opptre i kraft av egne, subjektive erfaringer.

5. Fra studien *Nyhetsproduksjon, kjønn og makt* (Øvrebø 2005): Dagsavisen satte seg som mål å bli en avis 'like mye for kvinner som for menn'. Gjennom deltakende observasjon i redaksjonen, en kartlegging av 'kjønnsmerkede' posisjoner i organisasjonen, referat fra ledermøter hvor kjønns betydning (også 'kvinnelig' og 'mannlig') i avisas innhold og profil ble eksplisitt forhandlet, blir ulike kjønnsdiskurser tydeliggjort. Mulige endringer av kjønn i det redaksjonelle produktet blir også analysert.
6. En studie av løssalgsavisa Dagbladets førstesider over en måned i 2013 viste at hele 4 av 10 bilder av kvinner var 'forsidepiker' uten navn og stemme. Studien viste at en sentral kjønnskonstruksjon var 'avkledd, avmektige kvinner' og 'påkledde, mektige menn' (Taylor 2013).

Litteratur

- Allan, Stuart (1998) 'Engendering the truth politics of news discourse' i Carter, Cynthia, Branston, Gill & Allan, Stuart (eds) *News, Power and Gender*. London, Routledge.
- Allern, Sigurd (2001) *Nyhetsverdier. Om markedsorientering og journalistikk i 10 norske aviser* Kristiansand, IJ-forlaget.
- Arnstad, Ellen & Jensen, Arne (eds) (2006) *Slik drar du bra damer...* Norsk Redaktørforening. Kristiansand, IJ-forlaget.
- Bjørnsen, Gunn, Hovden, Jan Fredrik & Ottosen, Rune (2009) 'The Norwegian journalism education landscape' i Georgios Terzis (ed) *European journalism education*. Bristol, Intellect.
- Bourdieu, Pierre (2001) *Masculine Domination* California, Stanford University Press.
- Byerly, Carolyn M. (2011) *The Global Report on the Status of Women in News Media* (Washington DC, International Women's Media Foundation).
- Byerly, Carolyn M. (ed.) (2013) *The Palgrave International Handbook of Women and Journalism*. Palgrave Macmillan, New York .
- Djerf-Pierre, Monika & Löfgren-Nilsson, Monica (2004) 'Gender-typing in the Newsroom. Feminization of Swedish Television Newsproduction 1958-2000.' I de Bruin, Marjan & Ross, Karen (eds) *Identities at Work: Gender and Professionalism in Media Organizations*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Djerf- Pierre, Monika (2007) 'The Gender of Journalism. The Structure and Logic of the Field in the Twentieth Century.' I *Nordicom Review*, Jubilee Issue 2007, s. 81-104 .
- Edström, Maria (2006) *TV-rummets eliter. Föreställningar om makt och kön i fakta och fiktion*. JMG, Göteborgs Universitet.
- Edström, Maria, Savolainen, Tarja & Øvrebø, Turid (2010): *The Illusion of Being Best in The Class. On Gender in Nordic News*. Paper presentert på IAMCAR konferanse, Braga juli 2010.
- Edström, Maria (2013) 'Women Reach Parity but Gender Troubles Persist' i Byerly, C.M. (ed) *The Palgrave International Handbook of Women and Journalism*. New York, Palgrave Macmillan.
- Eide, Elisabeth (1990) *Kvinnebildet i norsk dagspresse ved inngangen til 1990-årene*. Rapport, Norsk Journalisthøgskole, Oslo.
- Eide, Elisabeth (ed) (2000) *Narrespeil. Kjønn, sex og medier*. Kristiansand, IJ-forlaget.
- Eide, Martin (2000) *Den redigerende makt. Redaktørrollen i norsk historie*. Kristiansand, IJ-forlaget.
- Glomnes, I. (2010) *Hvor blir det av damene? En studie av kjønn i TV2s og NRKs sportsnyheter*. Bacheloroppgave ved Høgskulen i Volda, avdeling for mediefag.
- Haavind, Hanne (ed) (2000) *Kjønn og fortolkende metode. Metodiske muligheter i kvalitativ forskning*. Oslo, Gyldendal akademiske.
- Hjarvard, Stig (1999) *TV-nyheder i konkurrence*. København, Samfundslitteratur.
- Hjeltnes, Guri (2010) 'Kvinnenes langsomme inntog' i Hjeltnes, Guri(red) i *Norsk presses historie, bind 3: 1945-2010*. Oslo, Universitetsforlaget.
- Järvinen, Margaretha (1999) 'Immovable magic – Pierre Bourdieu on gender and power' in *Nora* no. 1 1999, Volume 7.
- Löfgren-Nilsson, Monica (2004) 'Könsmärkning i SVT's nyheter 1958-2003' i *Nordicom-Information* 4/2004
- Norsk Journalistlag (NJ) (2012) 'Lønnsstatistikk 2012'. www.nj.no.
- Norsk Redaktørforening (NR) (2012) 'Medlemstatistikk 2012'. www.nored.no
- Pedersen, Vibeke (1999) *TV-værter, kommersialisering og køn i Norden*. Institutt for nordisk filologi, København Universitet.
- Pedersen, Vibeke (2000) 'Markedets ligestilling' i *NIKK magasin* 2/2000, Nordisk Institutt for Kvinner og Kjønn (NIKK).
- SALDO 2010. Et samfunnsregnskap om likestilling og diskriminering (2011)* Rapport fra Likestillings- og diskrimineringsombudet. www.ldo.no.

- Skjeie, Hege & Teigen, Marit (2003) *Menn imellom*. Rapport fra det norske makt- og demokratiprojektet 1998-2003'. Oslo, Gyldendal Akademi.
- Savolainen, Tarja & Zilliacus-Tikkanen, Henrika (2013) 'Finland: Women Journalists, the Unequal Majority' i Byerly, C.M. (ed) *The Palgrave International Handbook of Women and Journalism*. New York, Palgrave Macmillan.
- Taylor, Swift (2013) *Hva betyr det å være kvinne og mann på Dagbladets 1. side i 2013*, Bacheloroppgave ved Høgskulen i Volda, avdeling for mediefag.
- Thoresen, H. (2012) *Hvem snakker i NRK?* Oslo, NRK analyse.
- Zoonen, Liesbet van (1994) *Feminist Media Studies*. London, Sage.
- Østlyngen, Trine & Øvrebo, Turid (1998) *Journalistikk – metode og fag*. Oslo, Gyldendal Akademisk.
- Øvrebo, Turid (2005) *Nyhetsproduksjon, kjønn og makt. En studie av endring i Dagsavisen*. Kristiansand IJ-forlaget.
- Øvrebo, Turid (2008) *Constructions of Gender in the Newsroom*. Paper presentert på ECREA, Barcelona 2008.
- Øvrebo, Turid (2010) *Nyheter i konkurranse. Dekonstruksjon av 558 nyheter i avis, tv og på nett*. Paper presentert på Norsk Medieforskerkonferanse i Ålesund, oktober 2010.
- Øvrebo, Turid (2012) 'Nyheter i konkurranse' i' i Brurås, S. (red) *Nyhetsvurderinger. På innsiden i fem redaksjoner*. Oslo, Cappelen/ IJ-forlaget.
- Øvrebo, Turid (2012) 'NRK/Dagsrevyen: Elitene, folk flest og en kokebok' i Brurås, S. (red) *Nyhetsvurderinger. På innsiden i fem redaksjoner*. Oslo, Cappelen/ IJ-forlaget.
- Øvrebo, Turid (2013a) 'Norway: The Uncomfortable Gender Gap in News Media' i Byerly, Carolyn M. (ed) *The Palgrave International Handbook of Women and Journalism*. Palgrave Macmillan, New York .
- Øvrebo, Turid (2013b) *Nyhetene i NRK/Dagsrevyen*. Paper presentert på Nordmedia, den nordiske medieforskerkonferansen i Oslo august 2013.

Avisartikler og tv-dokumentarer:

- Aam, P. (2012) 'Mitt liv: Mosse Jørgensen' dokumentarfilm publisert i NRK 9.10.2012.
- Haugsgjerd, H. (2001) 'Avis i sin tid', kommentar i *Dagsavisen* 1.2.2001.
- Moi, Toril (2004) 'Alt dette kvinnelige', kommentar i *Dagens Næringsliv* 27.2.2004.